

低空经济“高飞”

人类生产生活空间必然会从地面拓展到天空,从经济角度而言,一切秩序和利益都要从头再来,这蕴藏着巨大发展空间。作为全国航空产业“重镇”,四川拥有良好的航空制造基础、人才资源,以及全国低空产业先行先试的机遇,但“先发制人”不等于“一骑绝尘”,在入局者众的今天,四川如何竞逐“天空之城”?



竞逐“天空之城”

■文/本刊记者 贾翔

楼宇间飞行汽车来往穿梭,有紧急会议要出席,于是打了个“飞的”;窗台上外卖到了,取餐之后快递无人机播放“感谢您的使用,欢迎给出好评”的语音后,自动返航……这些曾经科幻电影中的场景,正在逐渐走进我们的现实生活,这背后就是当下的一个热词——低空经济。

简单概括低空经济,就是以低空空域为主要活动场域,使用相关飞行器进行多场景飞行活动,带动多领域融合发展的综合性经济业态。更通俗的理解,农业无人机喷洒农药,消防无人机发射化学灭火弹扑灭山火,摄影无人机拍摄影视作品,乘坐直升机游览俯瞰景区等等都属于低空经济的范畴,一些场景也早就存在于我们的生产生活之中。

为什么突然火了?

主要源于近期相关利好政策的不断出台。2024年1月1日起,《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》施行,为低空经济保驾护航;2024年3月,工业和信息化部等四部门联合印发的《通用航空装备创新应用实施方案(2024—2030年)》中提到,到2030年,通用航空装备全面融入民众生产生活各领域,成为低空经济增长的强大推动力,形成万亿级市场规模。一系列举措表明,低空经济正迎来“政策风口”,未来会延展出新产业链条,促进数字技术、智能技术等高新技术快速发展,为经济增长注入新动能。

着眼当前,看发展基础。立足全球,我国在低空经济领域已经有许多企业“飞”在前面。以大疆为代表的国产民用无人机制造厂商全球市场占有率很高,展现了超强的竞争力;此外,还有一些新兴的科创企业正在加紧研发电动垂直起降航空器(eVTOL),积极推动试飞

运用。从四川来看,以成都、自贡、绵阳等为核心,已经聚集起了一批低空经济相关研发、制造、运营类企业,特别是在工业无人机领域,四川优势突出,成都更是被誉为全国“工业无人机第一城”。

(全文见《四川省情》2024年第07期)

获取更多数据及财经资讯,请下载四川省情APP客户端!

下载方式:安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载,苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

ISSN 1671-3540



9 771671 354242

安卓系统



下载APP获取更多数据分析

IOS系统



- > P37 看文化产业“稳中之变”
- > P45 174万!川渝两地人口流动更加频繁
- > P48 时间都去哪儿了?

随刊附送《数说天下》
囊括世界全国四川
数据及权威点评



四川已集聚了一批低空经济链主企业，图为纵横大鵬无人机科技有限公司车间。

10

COVER · DEPTH
封面 · 深度
低空经济 “高飞”

四川发展低空经济在空域开放、产业基础、人才供给、市场潜力等方面优势明显，特别是在产业链中游的工业无人机制造方面实力雄厚，成都被誉为“工业无人机第一城”。2023年成都工业无人机全产业链收入突破100亿元，综合竞争力位于全国前列。

12 释惑低空经济

/曹允春 王学林 朱新宇

17 飞向天空，四川准备好了吗？

/本刊记者 唐佳莹

22 “天” “地” 之间，四川如何打造经济新引擎？

/马种会

25 专访沃飞长空：eVTOL前景无限

/本刊记者 乔燕艳

29 逐鹿者众，各省如何布局？

/本刊记者 戚军凯

卷首语 PROLOGUE

01 竞逐“天空之城”

/本刊记者 贾翔

宏观视角 MACROECONOMIC OBSERVATION

04 经济论坛

06 图说四川

08 数字快报

本刊特稿 SPECIAL MANUSCRIPT

31 为天府粮仓寻“良机”/杜兴端

权威研判 AUTHORITY JUDGE

34 以“县”为重促融合/贺嘉 杨帆 罗颖 赵全林

37 看文化产业“稳中之变”/辛丙松

热点透视 FOCUS

39 “两业”融合看“双圈”发展/贺嘉 周作昂 戚军凯 吴梅

41 巴蜀文化如何走进人间烟火/刘军

43 我们为何热捧“非典型”成功？/燕志华

全域纵横 GLOBAL ASPECT

45 174万！川渝两地人口流动更加频繁/周容锋

社经时评 SOCIOECONOMIC COMMENT

48 时间都去哪儿了？/甄石

49 跨“万亿”后 成都消费如何乘势而上？/陈智

SPECIAL REPORT ON THE FIFTH SICHUAN NATIONAL ECONOMIC CENSUS

四川省第五次全国经济普查专题报道

50 经普人：平凡力量微炬成光/易雨蕾 曾一 王琴

经济地理 ECONOMY GEOGRAPHY

52 经济负担重影响生育意愿 绵阳适龄人口生育意愿调查报告

/杨川秀 杨文鸿

54 阿坝旅游业：在可持续发展中找到平衡点/克基 耿嘎王姆

56 县域发展“人才困局”待解/杨勇

58 罗江区：建成全国高标准双季制种样板基地/罗江区统计局

动态观察 ECONOMY GEOGRAPHY

60 思想政治工作如何与国企人力资源管理有效融合？/许艺

62 武侯区：“廉”从“青”起/张春和 张猷 王佳

63 百年鹃城正青春/罗倩

经典导读 CLASSIC NAVIGATION

64 读书时间/蓝莓

■ 凡向本刊投稿，均视为作者同意将著作和信息网络传播权授予本刊独家使用，作者文章著作和信息网络传播权使用费与稿费合并一次性给付。

《四川省情》/月刊

国内统一刊号：CN51-1620/D

国际标准刊号：ISSN 1671-3540

主管 四川省统计局

协管 国家统计局四川调查总队

主办 四川省统计科学研究所

出版 四川省情杂志社有限责任公司

总编辑 唐婉岚

执行总监 赵倩倩

责任编辑 戚军凯 乔燕艳 贾翔 唐佳莹

责任校对 李莲 李泉江 李唯伊

美术编辑 涂裕娟 陈成

网络编辑 严婷 吕雪萍

发行管理 杨俊伟 陈梅

本期执行编辑 贾翔

《数说天下》执行编辑 戚军凯 贾翔

封面设计 徐青

高级顾问 （按姓氏笔画排序）

刘诗白 著名经济学家

杨继瑞 成都市社科联名誉主席 著名经济学家

邱沛瑾 中国传播学会副会长 教授 博导

阿来 四川省作协主席 著名作家

出版发行 四川省情杂志社有限责任公司

地址 成都市二环路西一段108号 邮编 610041

投稿邮箱 scsqzz@163.com

编辑部电话 028-87041393 / 87042741

发行电话 028-87043903

发行营销商 成都书谣文化传播有限公司

国内总发行 四川省报刊发行局

图片合作单位 汉华易美视觉科技有限公司

印刷 成都博瑞印务有限公司

广告发布登记编号 川广登字〔2019〕0057号

广告营销商 四川和煌良田文化传播有限公司

营销总监 姜华军 13908067133 / 18000567133

营销副总监 谢强 18681227783

营销副总监 李丰谷 13378113809

2024年7月5日出刊 定价 12.5元

《四川省情》理事会成员单位

四川省科教兴川促进会

四川省郫县豆瓣股份有限公司

中国邮政储蓄银行四川省分行

四川省宜宾五粮液集团有限公司

成都飞机工业（集团）有限公司

中科院成都信息技术股份有限公司

四川天翔经济发展研究院

四川忠桥集团有限公司

四川金盆地集团

热点评析

M1增速下降怎么看

中国人民银行发布的数据显示，5月末，广义货币（M2）余额301.85万亿元，同比增长7%；狭义货币（M1）余额64.68万亿元，同比下降4.2%；流通中货币（M0）余额11.71万亿元，同比增长11.7%。M1增速在上月同比下降1.4%的基础上进一步下滑，引发市场关注。

东方金诚首席宏观分析师王青指出，M1连续两个月快速下行且处于同比负增长状态，为有历史纪录以来首次。主要原因有两个：一是受金融“挤水分”影响，近两个月企业贷款数据同比大幅少增，这会直接导致企业活期存款减少；二是当前楼市低迷以及市场主体经营和投资活跃度不足，也会对企业存款“活化”带来不利影响。

（摘自经济观察网）

中国民生银行首席经济学家温彬认为，年初以来债市走牛提振理财等资管产品收益率，银行存款加快向理财等分流；监管部门加大对资金空转套利、银行手工贴息等行为的规范，挤出部分虚增的存贷款水分；此外，优化金融业增加值核算，个别地方政府通过扩张存贷款提高金融增加值的动力也明显减弱。这些都对M1增长形成较大扰动，但实体经济的资金供给没有出现根本性改变，且当前“挤水分”的效应也使得金融对实体经济的支持更实、效率更高。

（摘自北京商报）



招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示，今年以来，在金融业“挤水分”等因素综合影响下，M1增速下行，这一现象并非企业预期偏弱单一因素影响，不宜过度解读。总体而言，5月份市场流动性保持合理充裕，金融对实体经济的支持服务较为有力。

（摘自风口财经）

70城商品住宅销售价格继续下探

“5·17”楼市新政后，房价走势如何一直是市场关注的话题。近日，国家统计局5月70个大中城市商品住宅销售价格出炉，数据显示，70城房价仍在下探中，二手房呈现普跌态势，新房仅上海和太原房价实现环比增长。

58安居客研究院院长张波表示，从国家统计局公布的数据来看，5月70城房价还处于盘整阶段，“5·17”楼市新政对于不同城市的效果存在较大差异，需求侧的信心提振在热点一、二线城市表现更为明显。需求侧降首付叠加公积金利率和商贷利率的下调，有效降低了购房门槛，对于提高后续购房者入市积极性将产生实质影响，有利于活跃房地产销售市场，促进市场复苏。

（摘自中国消费者报）

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为，5月份，全国70个城市新建商品住宅价格指数环比下跌，究其原因，一方面是新房销售缩量，开发商资金链紧张，不得不打折促销。另一方面，二手房价格继续下跌，且比同区域、同品质新房价格普遍要低，需求转向单价更低、总价可控的二手房，导致新房需求端更加弱势。

（摘自新京报）

诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪分析称，“5·17”楼市新政后，5月楼市无论是成交量还是价格方面，表现均不及预期，市场总体仍处于底部调整阶段。中长期来看，房地产市场的回暖或仍依赖于居民就业收入预期的好转。6月进入房企年中促销季后，预计“以价换量”趋势或持续，短期价格仍然缺乏稳定上涨的动力，新房、二手房价格可能继续下跌。

（摘自金融界）

经济观察

化解新就业形态劳动者后顾之忧



现行的法律和
社会保障制度
还不能很好适
应新就业形态。

第九次全国职工队伍状况调查显示，我国新就业形态劳动者已达8400万人，占职工总数的21%。类型丰富多样的新就业形态，覆盖生产生活各领域，在稳经济、保就业、促增收方面发挥了重要作用。然而，现行的法律和和社会保障制度还不能很好适应新就业形态，劳动者多方面权益仍待进一步保障。

解决好经济社会发展带来的“考题”，有必要凝聚多方合力，强化源头治理，完善法律法规和制度体系，化解广大新就业形态劳动者的后顾之忧，营造安心、舒心、放心工作的制度环境。

强规范，完善劳动法律法规。逐步将新就业形态用工形式纳入法律规范，特别是通过全国统一立法，界定不同类型用工形式下企业与劳动者的关系及其适用标准。法律层面有了劳动双方权利与义务的明确依据，将对新就业形态劳动者权益保障产生实质意义。

补短板，探索适应需要的社会保障制度。当前，社会保障制度方面的积极变化已不断显现，比如新就业形态就业人员职业伤害保障试点启动以来，截至今年3月末，已有801.7万人被纳入保障范围。又如，前不久人社部等部门印发通知，探索构建新就业形态劳动纠纷一站式多元联合调解工作模式，直指劳动者维权难度大、举证能力弱等痛点。既要给制度“打补丁”，也期待更多前瞻性创新，探索的步骤可以迈得更大些。

（摘自经济日报《金观平：化解新就业形态劳动者后顾之忧》）

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。



文化体验显魅力，国潮“打卡”受热捧。
图为游客在凉山石板古村体验民族服饰并拍照留念。



随着中国与多国互免签证和单方面试行免签等利好政策的落地实施，入川外国游客明显增多。图为外国青年展示三星堆博物馆文创冰淇淋。



看，热辣四川！

一年一度的中高考圆满落幕，伴随着暑假旅游和各赛事等活动加持，全省民俗游、文化游、乡村游人气高涨，古镇、文化场馆均迎来大批客流。

此外，随着《提升外籍人士在川消费支付便利度若干措施》的正式出台，到川旅游的外国游客也不断增多，一季度来川外籍人士同比增长6倍。

四川又“热”出圈了！



据民航局公布的《2023年民航行业发展统计公报》，截至2023年底，我国内地年旅客吞吐量达千万人次及以上的运输机场38个，成都占有2席。图为熊猫雕塑和双流机场起飞的飞机相映成趣。



据四川省文旅厅数据，今年端午假期，四川纳入统计的891家A级景区累计接待游客1260.09万人次、门票收入1.09亿元，同比分别增长12.33%、6.23%。图为儿童在邛海湿地公园感受自然风光魅力。



国际赛事吸引大批国内外游客前来观光旅游。图为在成都举办的2024汤姆斯杯羽毛球赛颁奖现场。



大规模设备更新和消费品以旧换新政策出台以来，效应在生产领域体现明显。5月，大规模设备更新政策带动**全国**广播电视设备制造、通信设备制造行业增加值同比分别增长30.7%和15.7%。从产品看，农产品加工专用设备产品产量同比增长53.6%，数控锻压设备增长17.2%，电子工业专用设备增长11%。

53.6%

69.9%

2024年，**山东**注重增强和保障社会民生福祉，加速补齐民生短板，民生领域投资呈现良好增长态势。1—5月，全省社会领域投资平稳增长，教育、文化、体育和娱乐业投资分别增长12.1%、35.9%；环境治理投入不断增强，环境治理业投资增长69.9%，其中，水污染治理、危险废物治理投资分别增长84.1%、159.7%。



数字快报

2024年以来，**浙江**外贸持续转型升级，市场采购、跨境电商、海外仓等新业态贸易方式带动浙江外贸持续增长。1—5月，全省进出口、出口、进口分别为2.10万亿、1.55万亿和0.56万亿元，同比分别增长7.6%、7.4%和8.4%，进出口总额较去年提前一个月突破2万亿元。

提前1月破2万亿

15.4%

河南不断强化科技同经济对接、创新成果同产业对接、创新项目同现实生产力对接，新动能正在迅速形成并日益发展壮大。2024年5月，全省高技术制造业增加值同比增长15.4%，高于全省规模以上工业增加值增速6.4个百分点；生物产业增加值增长29.0%。同时，新能源及相关产业蓬勃发展，新能源汽车、太阳能电池产品产量分别增长115.4%、69.6%。



2024年5月，“汤尤杯”在成都成功举办，各地纷纷将体育赛事切换到商圈等新场景，刷新了全省消费者的观赛和游玩体验，“赛事经济”点燃了全民健身热潮。5月，**全省**限额以上体育娱乐用品类零售额7.7亿元，同比增长47.3%，增速居十大商品类第一位，较上月大幅回升28.6个百分点；从累计数来看，1—5月，增长12.8%，增速较1—4月回升9.0个百分点。

47.3%

71.3%

近年来，**南充**依托保税物流中心（B型）等开放平台优势，加快发展跨境电商，推动贸易畅通、平台融通，持续扩大对外开放水平。2024年1—5月，全市进出口总额达58.61亿元，同比增长71.3%。其中，出口额56.53亿元，增长70.5%；进口额2.08亿元，增长98.2%。



(全文见《四川省情》2024年第07期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

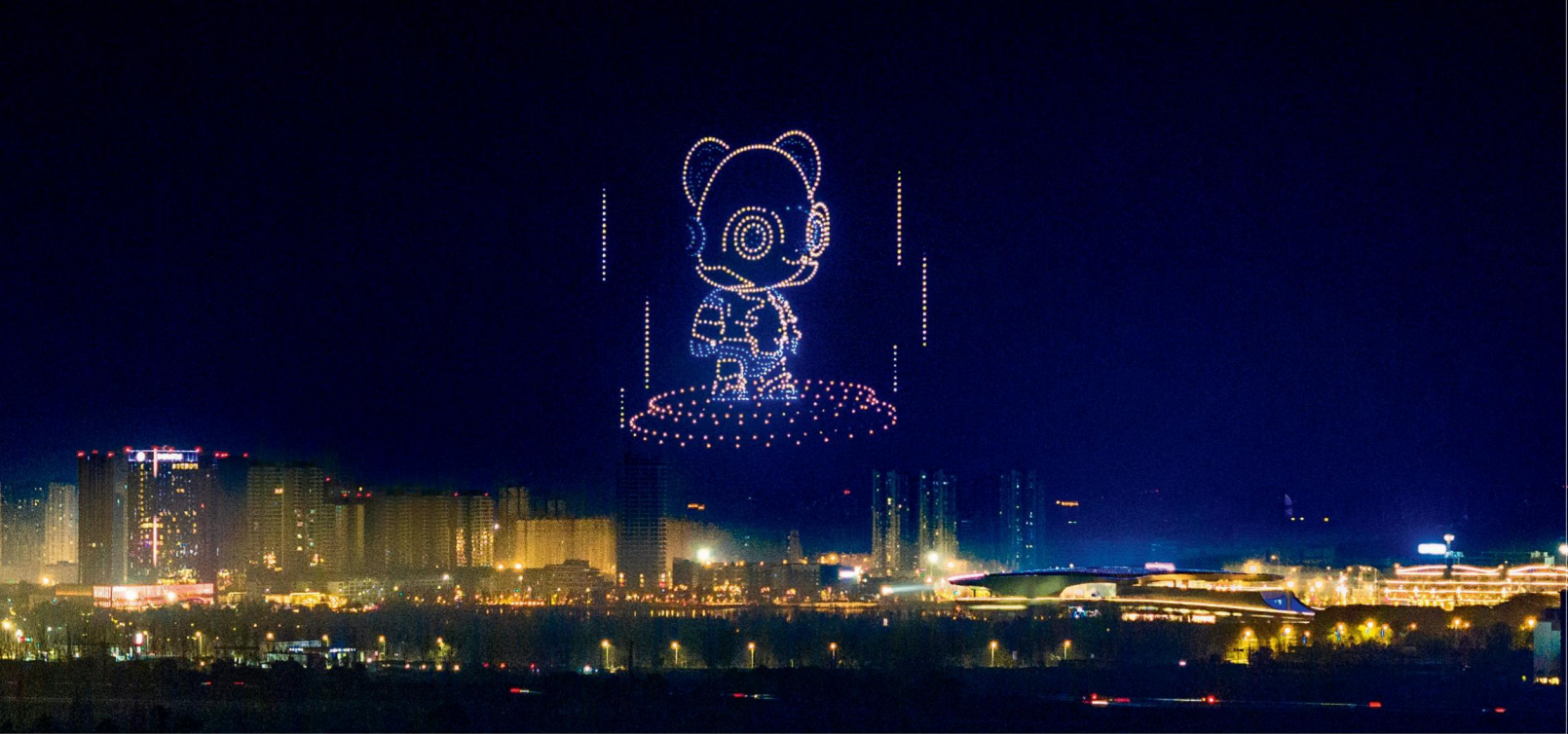
下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

低空经济“高飞”

凭借优良的产业基础和发展优势，勇立“低空风口”的四川已形成了较完整的低空经济产业链，特别是以成都、自贡、绵阳等为代表的产业核心区集聚了众多相关制造和运营企业。未来，随着技术的不断进步和应用场景的持续拓展，低空经济将从“起飞”到“高飞”，为推动四川经济社会高质量发展注入新动力。



四川复杂的地形地貌，为低空经济发展提供了多元应用场景。图为广安的高标准农田里，无人机正在喷洒农药。



“低空+文创”是低空经济发展的重要方向之一。图为成都科幻馆上空的无人机灯光秀。

释惑低空经济

文/曹允春 王学林 朱新宇

今年以来“低空经济”引发持续关注，什么是低空经济？为什么当前要大力发展低空经济？“低空高飞”需要哪些专业人才？对此，我们邀请了中国民航大学、中国民航飞行学院知名专家答疑解惑。

曹允春 中国民航大学教授、临空经济研究中心主任

什么是低空经济？

作为以低空飞行活动为牵引，带动相关领域融合发展的综合性经济业态，低空经济历经概念提出期、初步发展期，进入快速发展期。

2023年的中央经济工作会议提出“打造生物制造、商业航天、低

空经济等若干战略性新兴产业”，低空经济成为关键话题，低空经济的地位得到进一步确定。

低空经济是以低空空域为主要活动场域，以有人和无人驾驶航空器和电动垂直起降飞行器（eVTOL）为载体，以载人、载货及其他作业等多场景低空飞行活动为牵引，带动相关领域融合发展的综合性经济业态。

中国低空空域范围没有明确界限，但通常对低空的定义为真高（指飞机到其正下方的垂直距离）1000米以下；2016年国务院办公厅《关于促进通用航空发展的指导

意见》将其扩展为真高3000米以下；2023年底中央空管委发布的国家空域管理条例征求意见稿将管制空域定义为6000米-20000米，意味着除少数禁飞空域和特殊管制空域外，其余6000米以下广大空域均可能成为低空经济产业驰骋的领域。

按飞行器飞行高度划分，可分为超低空（100米以下，主要包括消费级无人机，即时物流、城市管理无人机）、低空中层（100-1000米，主要包括快递物流无人机）和低空上层（1000-3000米，主要包括载人飞行器）三个部分。通过消费级

无人机、工业级无人机、eVTOL（电动垂直起降航空器）、通用直升机等各类飞行器进行的飞行活动构成了低空经济的核心。

中国低空经济发展分为三个阶段，第一阶段，2009—2010年的“概念提出期”，根据文献查询，中国低空经济这一概念提出最早始于2009年；第二阶段，2011—2020年的“初步发展期”，这一时期重点政策是2016年国务院办公厅印发《关于促进通用航空业发展的指导意见》；第三阶段，2021年一至今“快速发展期”，虽然这一阶段是“快速发展期”，但我国低空经济依然处于初级发展阶段。这一阶段有多个重大政策出台，2021年2月中共中央、国务院印发《国家综合立

体交通网规划纲要》提出，发展交通运输平台经济、枢纽经济、通道经济、低空经济，“低空经济”概念首次被写入国家规划；2023年12月国家空管委组织制定了《国家空域基础分类方法》，将空域划分为管制空域和非管制空域两大类，A、B、C、D、E、G、W七小类空域（见图，B、C类为机场空域，在图中不作体现）；2023年12月，中央经济工作会议明确提出“打造生物制造、商业航天、低空经济等若干战略性新兴产业”；国务院、中央军委公布《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》（国令第761号），自2024年1月1日起施行，标志着我国无人机产业将进入“有法可依”的规范化发展新阶段。

从2009年概念提出至今十五年时间，最为关键阶段是从2021年2月到2024年年初这三年。2024年低空经济开始突然爆火，笔者认为其中最重要的原因是低空空域的释放。

随着各项支持政策落地，低空经济规模预计会快速扩大。据中国民用航空局数据，截至2023年底，我国通航企业689家，在册通用航空器3173架，通用机场451个，全年作业飞行135.7万小时；我国无人机设计制造单位有2000家左右，运营企业接近2万家，国内注册无人机126.7万架，较上年增长32.2%，飞行2311万小时，较上年增长11.8%。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

图 国家空域基础分类

D类20000米+		探空科学实验
A类6000米-20000米		运输航空
E类300米-6000米		通用航空
G类120米-300米		轻型以上无人机
W类0米-120米		轻型无人机

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

作为一个新的产业业态，有关低空经济的相关研究目前还比较薄弱，缺乏官方的详实数据以作支撑，但这并不妨碍我们透过典型城市的推进路径和重点企业的发展模式一窥其真貌。为尽力展现一个真实的四川低空经济业态，本刊向省内走在前沿的城市——成都取经，与当地交通、发改、经信等十多个部门深入沟通，并走访了纵横科技、腾盾科技、沃飞长空等全省低空经济发展链主企业。

飞向天空，四川准备好了吗？

■文/本刊记者 唐佳莹

人类从未掩饰过对探索星空的渴望。

从1783年蒙特哥菲尔兄弟以麻布为燃料用热气球完成人类第一次升空，到1903年莱特兄弟在重于空气的飞行器上实现依靠自身动力、完全受控的飞行，人类不断缩短着自身与天空的距离。

中国的现代航空业起步较欧美更晚，但发展却十分蓬勃。受益于广阔的飞行消费需求，我国民航的运输总周转量、旅客周转量均常年位居全球第二，2020年航空服务已覆盖全国92%的地级行政区、88%的人口和93%的经济总量。作为民航产业的子集，更为商业化的通用航空产业（使用各类航空器从事公共航空运输以外的民用航空活动，以下简称通航）也经历了从无到有的发展阶段，但与公共航空运输的大步朝前相比，我国的通航产业发

展却不温不火，产业规模占比一直较低。其中很重要的限制因素就是空域管理。

低空空域的开放是“天空经济”能够发展的先决性条件，空域开放不成熟，带来的最直接问题就是“不知道哪里可飞”。此前，我国的空域管理主要由军方和民航统筹管辖，商业通航需要报送相关部门层层审批，通航线路也受到极大限制。为盘活空域资源，2010年国务院和中央军委联合下发了《关于深化我国低空空域管理改革的意见》，低空空域管理改革正式拉开序幕——这是继将全国航路航线移交民航指挥后，在空域管理领域启动的又一项重大改革。目前，国家空管委办公室已相继在全国组织了3轮较大规模的低空空域管理改革试点，并在2023年11月发布了《中华人民共和国空域管理条例（征求意见稿）》

（以下简称《条例》）。其中最为重要的变化是在真高300米以下划设了G类、W类非管制空域，为低空飞行活动争取了更广阔的“自由空间”。

低空空域使用和管理权的让渡，撕开了“天空经济”向上发展的新空间。一个涵盖了通航产业并以无人机为主导的新业态——低空经济也随之涌入大众视野，被赋予了打造新的万亿级支柱产业的重任。据赛迪顾问数据，截至2024年6月，已有19个省（区、市）将“低空经济”有关内容写入2024年政府工作报告，抢滩产业新蓝海。

四川是这十九分之一。作为全国重要的航空工业基地，四川不仅拥有良好的航空业制造基础和人才资源，更依托低空空域改革先行省份的机遇，在空域管理、服务模式等方面进行了创新探索。但“先发



亮相珠海航展的腾盾无人机——“混江龙”。

制人”不一定就意味着可以“一骑绝尘”，在后来者众的天空之争中，空前的发展红利和大片的市场空白共存，万亿产业的蛋糕背后，是能否分割的实力比拼，更是如何管理的机制竞争。无论是制造端、基础设施建设还是商业探索都亟须在“无人区”中确立更符合发展规律和方向的定位与模式。

飞向天空，四川真的准备好了吗？

剑指工业无人机

从业内广泛认同的普遍定义来看，低空经济是指以各种有人驾驶和无人驾驶航空器的各类低空飞行活动为牵引，辐射带动相关领域融合发展的综合性经济形态，铆合了

基础设施建设、制造端、运营服务、飞行保障等多个环节。

低空飞行器制造只是低空生态的其中一环，但却是飞向天空的第一步。

在“造飞机”上，四川称得上历史深厚，是全国四大军民用飞机研制基地和航空发动机三大研制基地之一，拥有近百家涉及航空与燃机产业的科研院所、制造企业和试验研究基地，并深度参与了C919等国产飞机项目。借助研发生产优势，在通航产业阶段四川就已经积累了体系完备、成熟度高的飞行器制造链条——这是许多逐鹿低空经济省份不具备的先发优势。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

“天”“地”之间，四川如何打造经济新引擎？

文/马种会

低空经济在传统地面空间和中高空空间、太空空间的基础上，挖掘了一个新的空间范围，将传统的二维地面经济活动巧妙地延伸至三维低空空间，通过一二三产业以及相关领域的深度融合发展，为经济增长注入了新的活力。

随着新一轮科技革命和产业变革，低空经济迎来新的发展机遇。四川发展低空经济具备先天优势和巨大潜力，应加大在飞行器研发制造、低空空域管理、应用场景创新、产业融合发展等领域的探索，推动低空经济腾飞，为四川经济增长打造新引擎。

低空经济产业链条长，发展前景广阔

低空经济产业链包括上游的研发、材料及零部件制造，中游的低空产品和相关载荷制造及地面系统发展，下

游的飞行审批、空域管理及多场景跨行业的应用（见图）。

低空经济作为战略性新兴产业，具有产业链条长、应用场景广泛、辐射面广、成长性和带动性强等特点，科技含量高、创新要素强，具有明显的新质生产力特征。此外，低空经济还具有四个显著特点：

一是**立体性**：主要是“活动空间上的立体性”。低空经济以低空空域为活动空间，由地面向空中延伸、由“平面经济”向“立体经济”发展，呈现出三维空间的立体经济形态。



低空经济运用场景越来越多，具有高成长性。图为搭载着快递的无人机在成都淮州机场起飞。

二是**区域性**：主要是“作用范围上的区域性”。与航空运输、高铁等大规模、大范围、一体化特征的经济形式不同，低空经济具有小规模、小范围、分散性特点，有明显的地域性和区域性特征，在对地区经济发展产生带动效应的同时，也受当地环境条件的影响和制约。

三是**融合性**：主要是“运行模式上的融合性”。低空经济除了交通运输，更多的是行业服务，体现为“行业+航空”的模式，如“农林+航空”“电力+航空”“公安+航空”“救护+航空”“旅游+航空”“体育+航空”等。

四是**广泛性**：主要是“服务对象上的广泛性”。服务领域的广泛性，包括通用航空、警用、海关、部分军用航空等领域；运行主体的广泛性，既包括企事业单位，也包括政府部门、个人等；航空器种类的广泛性，包括固定翼、旋翼机、动力伞、三角翼、气球、飞艇以及各种无人机等；应用行业的广泛性，包括农林牧渔、生产制造、交通、物流、环境、卫生、体育、娱乐、公共服务等。

低空经济的价值在于：它在传统地面空间和中高空空间、太空空间的基础上，挖掘了一个新的空间范围，加以利用，并形成产业。正是由于低空经济将传统的二维地面经济活动巧妙地延伸至三维低空空间，通过一二三产业以及相关领域的深度融合发展，为经济增长注入了新的活力。工信部赛迪研究院4月1日发布的《中国低空经济发展研究报告（2024）》显示，2023年中国低空经济规模5059.5亿元，增速为33.8%。预计到

2026年低空经济规模有望突破万亿元。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

图 低空经济产业链



编者按：eVTOL(Electric Vertical Take-Off and Landing)，即电动垂直起降飞行器，国内又称飞行汽车。有业内专家认为，2030 年左右飞行汽车增速或将超越工业级无人机并以指数级趋势主导低空经济的发展。

从2009 年 eVTOL 技术概念渲染视频问世，到2017 年空客、波音等航空公司开始研发相关产品，再到2018 年之后，我国多个企业如亿航智能、沃飞长空、峰飞航空、零重力、小鹏汇天等进入该赛道。其中，前三者被美国策略管理集团SMG Consulting 列入全球空中交通现实指数28 强榜单，业内俗称“亿沃峰”。在产品方向上，广州的亿航智能偏向文旅观光，成都的沃飞长空偏向立体交通，上海的峰飞航空偏向无人物流。

这一行业究竟为何吸引诸多企业入局，市场环境反响如何，在自身产品特性上还有哪些提升的空间，对城市建设、经济发展将带来哪些影响？本刊专访四川沃飞长空科技发展有限公司（以下简称沃飞长空）产品总监屠强，为读者详解这一新兴产业的内涵所在。

专访沃飞长空： eVTOL 前景无限

■文/本刊记者 乔燕艳



沃飞长空AE200样机演示飞行。淡蓝天幕下，城市立体交通畅行的未来将至。 供图/沃飞长空

问：eVTOL 是一个“烧钱的行业”，有业内人士认为目前看不到前景。沃飞长空为什么选择eVTOL 行业？

答：eVTOL 是一个在全球都比较新的概念，是真正面向城市立体交通的飞行器，全球相关企业基本都处于适航取证阶段。

它所属的形态，在我国是一种

经济形态即低空经济，在美欧等地是技术形态，但不论是哪种形态，核心都是希望借助航空电动化，或者叫作航空的第三次技术革命，来实现垂直起降、高环保、智能的新型交通业态。这种业态的载体就是eVTOL。

它的目标是实现城市立体交通，以及提升航空应急能力，成本更低，

封面·深度 COVER DEPTH 低空经济 “高飞”

也更安静。比如在应急医疗方面，这种情况往往发生在较为安静的晚上，如果是传统直升机，噪音大，但eVTOL 噪音较小。

并且，eVTOL 的价格会在可承受的范围。它的初始购置成本是同等级直升机的 1/2，直接使用成本是同等级直升机的 1/4；和地面交通相比，它的出行用时是地面交通平均用时的 1/5，早期小批量应用时价格会比较高，但随着推广普及，到2030 年及之后，每座公里价格可能就只是地面的2-3 倍。eVTOL 行业存在“二八原则”，供应链构成上八成是新能源汽车，两成是航空类，前者降本空间是很大的，并且整个产业链都会向降本增效的方向努力。

问：eVTOL 的研发、生产和运营成本较高，未来除了在电池方面有较大降本空间，还有哪些方面可以降本？又有哪些盈利空间？

答：首先是技术方面，先进的多余度飞控-航电一体化架构设计在满足适航等级安全性与智能辅助飞行功能性要求的同时，重点兼顾了经济性需求，通过合理的架构设计与安全性指标分配，降低单件成品技术复杂度与指标要求。

其次是生产运营方面，eVTOL 相比传统飞机具有更低的维护成本，因为它们通常拥有更少的活动部件，且电动系统比燃油发动机更可靠，自动化飞行系统可以减少对飞行员的需求，进一步降低人力成本。当eVTOL 进入大规模生产阶段，可以通过批量采购材料和组件，以及生产线的自动

化，显著降低单位生产成本。

至于盈利空间，是多元的。第一是城市空中出行，eVTOL 能够提供快速、灵活的城市间短途运输服务，如空中出租车、通勤服务等。第二是文旅观光，在旅游景点提供空中观光服务。第三是应急医疗，eVTOL 在应急医疗中具备多项关键优势，包括可以直接降落在事故现场附近或医院楼顶，减少病患搬运过程中的不便和时间延误；在自然灾害发生时，传统道路可能被破坏，eVTOL 能突破地形限制，为受灾地区提供宝贵的医疗援助。第四是航空物流，eVTOL 同样适用于即时配送和快递服务，尤其是在对时效性要求极高的物流领域，如紧急医疗物资、高价值商品快速配送等，能够创造额外的增值服务收入。第五是售后服务与维护，提供长期的维护保养、零部件更换、升级服务等。第六是国际市场拓展，随着各国对先进空中交通（AAM）的不断推动，产品出口及海外业务扩展也有较大潜力。

问：市场环境是否看好eVTOL？

答：根据国际管理咨询公司罗兰贝格（Roland Berger）预测，至2030 年投入运营的eVTOL 总数将达7000 架，仅中国将拥有1800 架，到2050 年，中国将拥有39000 架。摩根士丹利公司指出，城市空中交通市场规模预计到2040 年将达到1 万亿美元。去年，做公务机出行的华龙航空与我们签订了100 架飞机的采购协议，获得华控基金领投的过亿元融资。今年，我们与甘肃公航旅

开展性能测试、应用场景的试飞验证等方面合作，与国内通用航空标杆企业中信海直签署合作，将围绕低空出行、应急救援等方面开展合作，并与成都高新区携手发展，落地沃飞长空全球总部及生产制造基地项目。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

逐鹿者众，各省如何布局？

■文/本刊记者 戚军凯

低空经济发展潜力巨大，是未来的重点争夺领域，且当前低空经济尚处于初期探索阶段，竞争格局还未充分形成，充满机遇，因此全国各地纷纷推出系列措施，“抢滩”低空经济产业。总体来看，这些政策措施主要集中在四个方面。

优化体制机制，为低空经济保驾护航

此类政策的首要目标是为低空经济发展设立基本的规章制度，提供基础服务和监管，使其发展有法可依、有章可循。例如，2022年，湖南编制实施全国第一部空域划设方案——《湖南省低空空域划设方案》，共分类划设了171个空域，97条常态化低空目视航线；同年，湖南省政府会同南部战区空军参谋部、民航中南地区管理局、民航中南地区空管局印发了《湖南省低空空域协同运行办法》，为通航用户提供协同运行服务，其系统完整地对低空空域的分类划设和使用、空管运行的协同机制进行了规范。上述两项政策的出台，解决了低空空域管理改革首当其冲的规章问题，对优化空域灵活使用、简化飞行审批程序有极大的促进作用。

类似的，广东印发《广东省推动低空经济高质量发展行动方案



各地都把拓展应用场景作为促进低空经济发展的重点。图为深圳上空，无人机在运输外卖。

（2024—2026年）》，提出加强低空空域协同管理，“军地民”三方要共同研究协调低空空域分类划设、飞行活动监管等低空融合飞行管理事项。山东在《山东省低空经济高质量发展三年行动方案（2024—2026年）》中提出要会同空中交通管理部门对全省空域进行分级分类划设，编制全省低空数字空域图和目视飞行航图等。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

为天府粮仓寻“良机”

■文/杜兴端

四川地形地貌复杂多样，山地、丘陵占全省总面积的九成，实际经营耕地10亩以下的农户数占比超九成，以丘陵山区为主的地形条件、严重细碎化的地块现实仍然是当前四川农业机械化发展最大的客观制约。

农机装备是农业科技和先进生产力的重要组成部分，农业机械化是衡量农业现代化水平的重要标志，是农业新质生产力的重点场景，是建设农业强省的关键抓手。习近平总书记指出，要大力推进农业机械化、智能化，给农业现代化插上科技的翅膀。打造全程全面高质高效“天府良机”，是省委省政府在“三农”领域作出的重要部署，为打造新时代更高水平的“天府粮仓”、加快建设农业强省提供装备支撑。

四川农业机械化发展的“两面”

农机装备水平逐步提升，但与先进区域仍有差距

2022年四川农业机械总动力达4923.3万千瓦^[1]，比2016年增加

了15.4%，位列全国第8位。但与先进省份相比，仍然有较大差距。从省际对比来看，2022年四川农机总动力仅为山东的42.7%、河南的45.3%、河北的59.7%；单位耕地农机总动力仅为9.4千瓦/公顷，仅为湖南的50.8%、山东的52.5%、河南的65.3%、河北的68.6%，在全国排第17位（见表）。从农机类型来看，小马力、中低端机具较多，大马力、高品质机具较少，小型拖拉机达13.6万台，大中型拖拉机仅7.8万台，数量为小型拖拉机的57.4%。

农机作业水平不断提高，但区域和产业差异较大

四川农机作业由耕种收环节为主向产前、产中、产后全过程拓展，由粮食作物向经济作物、由种植业向养

殖业和农产品初加工等全产业链拓展。成功创建全国主要农作物生产全程机械化示范县（市、区）16个，夹江县、甘孜县、邛崃市入选第一批全国农业生产全程机械化示范县创建名单。据政府公开数据，2022年四川主要农作物耕种收综合机械化率达到67%，农业生产进入了以机械化为主导的新阶段。但四川和全国的差距仍较大，2022年全国农作物耕种收综合机械化率已经达到73.1%，山东、河南、江苏农作物耕种收综合机械化率更是分别达到了90.6%、85.3%、85.0%。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

表 2022年部分省份农机装备情况				
	农业机械总动力 (万千瓦)	全国排位	单位耕地 农机总动力 (千瓦/公顷)	全国排位
山东	11530.5	1	17.9	2
河南	10858.7	2	14.4	3
河北	8249.1	3	13.7	6
湖南	6756.0	6	18.5	1
四川	4923.3	8	9.4	17

注：本文数据来源于《中国农村统计年鉴2023》《中国农业农村统计摘要2023》。

以“县”为重促融合

文/贺嘉 杨帆 罗颖 赵全林

从全省县域发展现状看，县域经济稳定增长，公共服务逐步优化，但以城带乡能力仍显不足，以“县”为重点促城乡融合堵点仍存，需在新型城镇化、畅通要素流动等方面下功夫。

城乡融合发展的县域基础良好

县域经济稳定增长

2023年，四川128个县（市）（以下简称县域）实现地区生产总值26086.4亿元，占全省GDP的43.4%。从经济总量看，有12个县（市）GDP超过500亿元；从GDP增速看，128个县（市）GDP均实现增长，共有73个县（市）增速高于全省，其中雅江县增速最高，达到19.5%。从县域GDP占全省比重看，比2022年提高0.5个百分点。

7个县（市）上榜“2023赛迪中国县域经济百强”，上榜总数位居全国第5位，仅次于江苏、浙江、山东、湖北；上榜数量占西部地区入围县域总数（15个）的46.7%。7个百强县2023年经济总量达4840.1亿元，占全省GDP的8.0%，对全省经济发展贡献明显。

农业生产基础较好

2023年，县域实现第一产业增加值4493.2亿元，占全省第一产业增加值的74.2%，占县域GDP的比重为17.2%，比全省高7.1个百分点；第二产业增加值9545.8亿元，占县域GDP的36.6%，较上年下降了1.6个百分点；第三产业增加值12047.5亿元，占县域GDP的46.2%，较上年上升了2.4个百分点。

城镇化率稳步提升

2022年，县域常住人口为4574.2万人，占全省的

54.6%，其中城镇常住人口为2037.8万人，比2021年增加18.9万人，乡村常住人口2536.5万人，比2021年减少27.4万人；县域城镇化率为44.5%，比2021年增加0.4个百分点，其中2017—2022年城镇化率略有提高，但与全省城镇化率的差距从10.6个百分点逐步扩大到13.9个百分点（见图）。从人口流动来看，2022年有115个县（市）为人口净流出，占县域总数的89.8%；净流出人口为1300.2万人。



（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

看文化产业“稳中之变”

文/辛丙松

一季度，全省2909家规模以上文化及相关产业企业，实现营收同比增长6.3%，文化新业态持续亮眼，但游戏等行业下滑明显。

2024年一季度，四川规模以上文化及相关产业企业（简称文化企业）2909家，实现营业收入1196.7亿元，按可比口径计算，比上年同期增长6.3%（见表），与全省经济发展趋势保持基本一致，增速比西部地区平均水平高1.4个百分点，比全国低2.2个百分点。

分产业类型看，文化制造业营业收入458.3亿元，比上年同期增长6.3%，增速比全国高0.9个百分点；文化批发和零售业94.0亿元，下降9%，比全国低15.8个百分点；文化服务业644.5亿元，增长8.9%，比全国低2个百分点。分领域看，文化核心领域营业收入704亿元，比上年同期增长7.9%，比全国低2.4个百分点；文化相关领域492.7亿元，增长4.1%，比全国低0.6个百分点。

稳：发展总体平稳

资产总量增长12.3%。一季度末，2909家文化企业资产总计9650.3亿元，比上年同期增长12.3%，增速与2023年基本一致，保持较快增长。文化企业负债合计6189亿元，增长21.8%，比2023年末高6.4个百分点，增速较高。文化企业资产负债率64.1%，同比提高5个百分点，企业负债率中位数55.7%，仍处于合理区间。

部分企业利润下滑较大。一季度，文化企业实现利润总额130.2亿元，比上年同期下降16.5%，与全国趋势相反，比全国低22.3个百分点，全省文化企业利润增长出现较大波动，总体降幅较大。分企业规模看，大型企业、中型企业出现利润下滑，小微企业上涨；从控股情况看，仅私人控股企业利润上涨。从行业小类看，多

媒体、游戏动漫和数字出版软件开发行业利润总额105.6亿元，下降19%，下拉全部文化企业15.9个百分点，是主要影响因素；有线广播电视传输服务行业亏损4.2亿元，下拉1.6个百分点。从企业看，66%的企业实现盈利，比2023年低13个百分点，实现盈利并增长

表 2024年一季度四川省规模以上文化及相关产业企业营业收入情况			
类别	绝对值 (亿元)	比上年 同期增长 (%)	所占 比重 (%)
营业收入合计	1196.7	6.3	100.0
其中：文化新业态	377.3	16.1	31.5
按产业类型分			
文化制造业	458.3	6.3	38.3
文化批发和零售业	94.0	-9.0	7.9
文化服务业	644.5	8.9	53.9
按领域分			
文化核心领域	704.0	7.9	58.8
文化相关领域	492.7	4.1	41.2
按行业类别分			
新闻信息服务	23.0	47.0	1.9
内容创作生产	218.3	-7.8	18.2
创意设计服务	288.3	16.0	24.1
文化传播渠道	136.5	18.2	11.4
文化投资运营	8.8	-13.4	0.7
文化娱乐休闲服务	29.1	11.0	2.4
文化辅助生产和中介服务	122.3	6.3	10.2
文化装备生产	39.7	20.2	3.3
文化消费终端生产	330.7	1.7	27.6

注：1.表中速度均为未扣除价格因素的名义增速。2.表中部分数据因四舍五入，存在总计与分项合计不等的情况。

互联网广告服务、互联网文化娱乐平台2个行业小类营业收入增长最快，增速分别为62.7%、52.7%，带动作用最强，分别拉动文化新业态行业13.3个百分点和7.4个百分点。

的企业有1396家，占比48%。

成本费用增速快于营业收入。一季度，文化企业应交增值税27.6亿元，比上年同期下降8.4%，其中，媒体、游戏动漫和数字出版软件开发行业13.4亿元，下降19.6%，拉低全部文化企业下滑6.5个百分点。一季度，文化企业营业成本914亿元，增长8.8%，比营业收入增速高2.5个百分点。一季度，文化企业财务费用12亿元，增长86.2%，部分大型企业财务费用增长较快，如某公司受融资规模扩大引起利息增加以及汇率波动引起汇兑损失等因素影响，财务费用是上年同期的6.6倍；销售费用75亿元，增长26.3%；管理费用49.2亿元，增长8.2%，企业经营成本及费用增速较高。

文化新业态营收增长16.1%，持续发挥带动效应。一季度，文化新业态行业小类实现营业收入377.3亿元，同比增长16.1%，增速快于文化企业9.8个百分点，占全省规模以上文化企业营业收入比重达到31.5%，同比提高2.7个百分点，对全部文化企业营业收入增长的贡献率为74.3%。其中，互联网广告服务、互联网文化娱乐平台2个行业小类营业收入增长最快，增速分别为62.7%、52.7%，带动作用最强，分别拉动文化新业态行业13.3个百分点和7.4个百分点；多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发行业营业收入下降15.9%，下拉文化新业态8.4个百分点。从企业看，抖音、快手、美团等互联网企业在川子公司营业收入保持高速增长，带动作用最为明显。

15个市（州）营业收入增长，成都市拉动作用有所减弱。一季度15个市（州）文化企业营业收入实现增长，比上年同期多7个。其中，内江市增长48.6%，雅安市、阿坝州、甘孜州等地在文旅企业持续恢复增长的带动下快速增长，增速分别为31.9%、42.5%和40.1%。一季度成都市文化企业营业收入711.1亿元，占全省比重59.4%，同比增长6.3%，拉动全省增长3.8个百分点，拉动作用有所减弱。

变：游戏等支撑行业增势放缓

游戏相关行业发展出现明显下滑。全省游戏相关行业规模较大，占文化产业比重大，2022年游戏相关行业增加值593.4亿元，占全省文化产业比重24.3%，拉动文化产业增加值增长3.5个百分点，对文化产业总量影响最为明显，对全省经济总量也有较大贡献。2019年全省游戏相关行业曾一度出现增长放缓态势，但由于新冠疫情的暴发，宅娱乐盛行，游戏相关企业出现爆发式增长，有力拉动文化产业快速增长。今年一季度，相关行业明显走弱，各项指标出现下滑，营业收入156.3亿元，同比下降14%，利润总额106.6亿元，下降18.9%。部分行业龙头企业业绩下滑明显。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

“两业”融合看“双圈”发展

文/贺嘉 周作昂 戚军凯 吴梅

2019年11月，国家发展改革委等15部门联合发布《关于推动先进制造业和生产性服务业深度融合发展的实施意见》，明确指出先进制造业和生产性服务业融合是顺应新一轮科技革命和产业变革，增强制造业核心竞争力、培育现代产业体系、实现高质量发展的重要途径。地处长江上游的成渝地区双城经济圈（以下简称“双圈”），是中国“一带一路”、西部大开发战略和长江经济带高质量发展的重要节点、重要平台和战略支撑。先进制造业发展与生产性服务业协同集聚发展已经成为“双圈”经济发展的重要导向和基本要求。

“双圈”发展质效齐增

经济发展稳中向好

2020—2023年，“双圈”地区生产总值由66222.0亿元增至81986.7亿元（见表）。2023年，“双圈”经济总量占全国的比重为6.5%、西部地区的30.4%，四年年均增速分别高于全国和西部地区0.6个、0.5个百分点。2023年，成都经济总量达22074.7亿元，占全省的36.7%，四年年均增长5.3%。重庆都市圈经济总量24632.6亿元，占全市的81.0%。

表 2020—2023年“双圈”地区生产总值			
年份	双圈（亿元）	四川部分（亿元）	重庆部分（亿元）
2020	66222.0	43221.6	23000.4
2021	74321.7	48289.0	26032.7
2022	77588.0	50608.7	26979.3
2023	81986.7	54050.7	27936.0

产业发展支撑引领

“双圈”三次产业结构从2020年的9.1：37.6：53.3调整为2023年的8.0：36.9：55.1，2023年工业化率为28.0%，分别比四川和重庆高0.2个和0.4个百分

点。制造业增加值为19627.6亿元，年均增速为5.6%，比GDP高0.3个百分点。“双圈”生产性服务业增加值达28758.4亿元（不含科学研究和技术服务业增加值），占GDP比重为35.1%，占第三产业比重为63.7%。

现代产业体系加快构建

2023年，“双圈”规模以上制造业企业实现营业收入39279.6亿元，规模以上工业企业的利润总额和营业收入均实现了稳步增长。其中，利润总额比上年增长2.1%，营业收入比上年增长1.0%。工业企业关键工序数控化率和数字化研发设计工具普及率分别达到了59.4%和81.7%，智能制造就绪度达到20.2%，位居全国第四。国家数字经济创新发展试验区建设持续推进，工业互联网标识解析国家顶级节点（托管与灾备节点）项目落户成都，川渝上线11个综合行业标识解析二级节点。成渝纳入国家“东数西算”工程算力枢纽节点布局，两省市已建在建数据中心机架总量超36万个。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

巴蜀文化如何走进人间烟火

文/刘军

巴蜀文化源远流长，在中国上古三大文化体系中占有重要地位，与齐鲁文化、三晋文化等地域文化共同构成了辉煌灿烂的中国文明。然而，《中国文化及相关产业统计年鉴 2023》数据显示，四川文化服务业营收总额仅排名全国第9位，资产周转率则仅排第16位，低于全国平均；人均生产率69.31万元（营收/年末从业人数）也低于全国平均的87.18万元，排名全国第12位；这与全省“六大类文化资源305.7万余处，旅游资源24.5万余处，数量和质量目前居全国第一”的现实地位不符。无论是挖掘传统文化的时代价值，还是发展壮大新经济增长极，都亟需我们厘清问题，积极探索高质量推进巴蜀文化传承发展的有效路径。

巴蜀文化传承发展多方面待加强

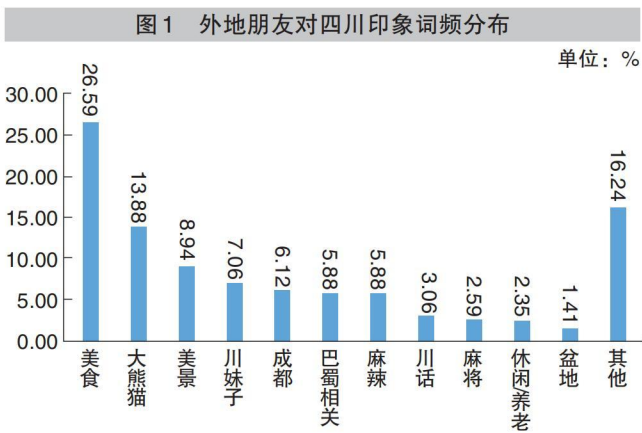
重研究轻阐发，文化发展系统有待加强

文化传承发展体系通常包括研究阐发、教育普及、保护传承、传播交流、创新发展等方面，其中研究阐发是整个体系根基，是体系中其他几个方面的出发点和落脚点。而巴蜀文化传承发展在研究阐发方面，主要表现为学术研究与大众化阐发之间的失衡，即“重研究轻阐发”。巴蜀文化理论研究成果可谓“汗牛充栋”，但在将巴蜀文化研究成果转化为通俗易懂的表现形式方面做得不够，阐发手段落后、单一，以致巴蜀文化传承发展的根基不实。此外，在教育普及方面，基本停留在背诵经典、文化墙宣传等传统形式，针对不同群体不同场景的普及模式创新不够；在传播交流方面，缺乏互动性的展示和传播方式，使得文化传播的效果有限；在创新发展方面，当前数据产业赋能，声光电技术广泛运用的形势下，巴蜀文化发展没有

形成与之匹配的产业转化生态体系。

缺乏核心提炼，辨识度不高

调研组针对省外常住居民的问卷（166份）调查结果显示，在回答“一提到四川，你首先想到的是什么”时，四川给人的“第一印象”中排前三位的分别是“美食”“大熊猫”和“美景”（见图1）。“巴蜀相关”的印象仅占5.88%，可见巴蜀历史文化对于外地朋友形成的冲击力远远不够，巴蜀文化表达乏力。缺乏核心提炼，杂乱繁多的巴蜀文化碎片难以给外来游客形成深刻印记。



（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

我们为何热捧“非典型”成功？

文/燕志华

这一两年来，关于人生成功，我们会发现一个较为显著的现象，那就是成功的典型案例往往来自于网络之上，而现实之中的成功案例，却很少被关注。更简单地说，很多成功案例是新媒体或者直播间的流量现象，而现实中通过聪明才智和勤奋劳动获得成功，反倒被忽视了。

当下著名的“非典型”成功案例

坚守菏泽南站多年的郭有才，一夕成名，一时风靡网络世界。越来越多的分析认为，郭有才的走红背后，他坚持多年的演唱无疑是个重要因素，但更重要的是，抖音算法在其中发挥了更为重要的作用，只有算法才能在瞬间引爆流量，将“泼天的流量”倾泻下来，让他瞬间为无数网民看到、听到和关注。因此，郭有才的成名是个算法和流量现象。也因此，关于他成功的看法，网民评价更多比较消极，认为将影响社会主流价值观，鼓励更多的年轻人模仿他的走红之道。

再看董宇辉的走红。正如东方甄选创始人俞敏洪所说，董宇辉的爆红，不在事先设想范围之内，完全是意外事件。就是说，董宇辉在直播间的走红，也是抖音捧红的一个流量现象。董宇辉走红之后，引发了无数粉丝的热捧，不光让东方甄选的股价扶摇直上，也引发了更多的热议。

总结如上的这些案例会发现，今天人们更为关注的成功对象，往往是那些爆冷或者依靠流量走红的网红，而线下依靠实力和劳动获得成功的案例，反倒缺乏关注。



不少分析认为，郭有才的走红，不只是因为演唱，更是算法瞬间引爆流量，引起众人围观。

虽然笔者在标题中将上述几个案例称为“非典型”案例，其实问题恰恰在于，上述几个案例是今天的“典型案例”，而以前通过勤奋努力获得成功的典型案例，如今反倒成了“非典型”。

如何理解这种现象？

这当然是个新闻现象

新闻是个极难明确定义的概念，研究者已经给出了很多种说法，但不光在传统媒体时代难获统一看法，更随着新媒体时代的来临，以及社会变迁的加速，新闻的概念快速演进，传统的一些经典定义在今天已经大大落伍。随着新闻产业的衰落，研究者更是难以拿出与时俱进的定义了。

新闻是和人类本能的好奇心和对安全感的追求密切相联的。就是说，一旦突然发生某个事件，人们会因好奇而围观，更因为不安全感而求解真相。因此，仅就其特征来说，突发性、新奇性并因此吸引受众的眼球，应该是新闻的重要内容。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

174万！川渝两地人口流动更加频繁

文/周容锋

2023年，川渝两地人口流动总量为174.04万人，比2019年增加16.30万人，增长10.3%。对比2019年，两地流动人口中大专及以上学历文化程度人口占比明显提高。

自2020年1月，中央财经委员会第六次会议提出推动成渝地区双城经济圈建设以来，川渝区域合作取得新成效，两地人口交流往来更加密切，区域间人口流动呈现新变化^[1]。

川渝两地流动人口超174万

人口流动更加频繁

成渝地区双城经济圈建设推动了川渝地区经济社会全面高质量发展，密切了两地人民的交流往来，促进两地人口流动更加频繁。2023年，川渝两地人口流动总量为174.04万人，比2019年增加16.30万人，增长10.3%（见图）。其中，四川来渝人口为115.93万人，比2019年增加12.53万人，增长12.1%，占全市市外流入人口的比重为51.9%，比2019年提高1.0个百分点；重庆流出至四川的人口为58.11万人，比2019年增加3.77万人，增长6.9%，占全市流出市外人口的比重为14.0%，提高1.1个百分点。

图 2023年川渝人口流动主要情况				
	四川至重庆	与2019年相比	重庆至四川	与2019年相比
流动总量	115.93万人	增加12.53万人	58.11万人	增加3.77万人
主要聚集地	超七成聚集在中心城区		近六成聚集在成都	
劳动年龄人口占比	83.9%	增加0.2个百分点	88.7%	增加4.3个百分点
15岁及以上人口本科及以上学历文化程度占比	15.1%	增加7.4个百分点	20.8%	增加10.1个百分点
流动主因	工作就业占47.1%	减少4.2个百分点	工作就业占60.1%	减少4.3个百分点
第三产业就业比例	66.4%	增加3.8个百分点	57.1%	增加3.3个百分点

川渝两地人口流动集聚效应明显

重庆中心城区和成都作为引领成渝地区双城经济圈经济社会全面发展的两极，是川渝流动人口的主要聚集地。2023年，四川来渝人口中超过七成聚集在中心城区，占比为73.4%；渝西地区占比接近两成，为19.3%；渝东新城、渝东北三峡库区城镇群和渝东南武陵山区城镇群，分别占3.9%、2.5%和0.9%。重庆流出至四川的口中，近六成聚集在成都，占比为59.9%，排名第二至第五的是达州、广安、绵阳、泸州，占比分别为5.8%、3.4%、3.0%和2.7%。

流动人口以劳动年龄人口为主

川渝两地间流动人口均是以15-64岁的劳动年龄人口为主体。2023年四川来渝流动人口中，0-14岁人口占比为7.5%，15-64岁人口占比为83.9%，65岁及以上人口占比为8.6%。与2019年相比，0-14岁人口占比减少0.6个百分点，15-64岁劳动年龄人口占比增加0.2个百分点，65岁及以上人口占比增加0.4个百分点，总体变化不大。重庆流



随着交通日益便捷、经济联系日益密切，川渝之间人口流动越来越频繁。图为重庆北站。

出到四川的人口中15-64岁人口占比为88.7%，0-14岁和65岁及以上年龄段人口占比较小，分别为7.8%和3.5%。与2019年相比少儿组和老年组年龄段人口占比均呈下降态势，分别下降0.8个和3.5个百分点；15-64岁劳动年龄人口占比则呈上升态势，上升4.3个百分点。

2023年，川渝两地间流动人口的平均年龄均大幅低于全市常住人口的平均年龄。四川来渝人口平均年龄为37.60岁，重庆流出至四川人口平均年龄为34.66岁，分别比全市常住人口平均年龄少4.71岁和7.65岁。

流动人口文化程度明显提高

2023年，川渝流动人口的文化程度仍是以初高中文化程度为主，占比均超过5成，但对比2019年，两地流动人口中大专及以上学历文化程度人口占比明显提高。

2023年，15岁及以上的四川来渝人口中，本科及以上学历文化程度占比为15.1%，较2019年提高7.4个百分点；大专文化程度占比为17.8%，提高1.6个百分点；高中文化程度占比为21.4%，下降4.3个百分点；初中文化程度占比为29.3%，下降2.9个百分点；小学及以下文化程度占比为16.4%，下降1.8个百分点。

2023年，15岁及以上的重庆流出至四川人口中，本科及以上学历文化程度占比为20.8%，较2019年提高10.1个百分点；大专文化程度占比为13.4%，提高5.6个百分点；高中文化程度占比为18.1%，下降3.0个百分点；初中文化程度占比为34.1%，下降2.9个百分点；小学及以下文化程度占比为13.6%，下降9.8个百分点。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

[1] 本文以2023年和2019年1%人口抽样调查结果作为数据基础，除总量数据为推算数据外，其余结构数据均为调查数据直接汇总而得。

时间都去哪儿了？

■文/本刊专栏作者 甄石

时间，看不见摸不着、说不清道不明，抽象得玄之又玄、具体得一分一秒，无影无形又无处不在……笔者以灵魂三问的方式，试着聊一聊时间的那些事。

时间是什么？

先说容易懂的。时间是岁月如梭、弹指一挥、时光荏苒、白驹过隙等成语；“时间就是生命，时间就是速度，时间就是力量”（郭沫若），“时间就像海绵里的水”（鲁迅），“世界上最快而又最慢，最长而又最短，最平凡而又最珍贵，最易被忽视而又最令人后悔的就是时间”（高尔基）。再说高难度的。时间是标注事件发生瞬间及持续历程的基本物理量，是物质运动顺序性和持续性的表现。懵了？读了100遍后笔者有些顿悟了。首先时间是一个高冷的物理概念，符号为t，基本单位是秒（s）；其次时间与运动和变化如影相随；再次时间是反映先后顺序的，讲究的是“先来后到”，7月8日出生的就比7月9日出生的“先到”；最后时间是衡量持续的长短，85岁就比84岁的寿命长。最后说高大上的。一切物质的起源和消亡、事物的产生和终结、生命的诞生和灭亡，都与时间紧密相关。沧海桑田、日月更替，斗转星移，花开花落，时间见证了这一切的变化。

如何测量时间？

武侠小说中的“一炷香功夫”，说的既不是“香”、也不是功夫，而是时间，是用香来测量时间。我们耳熟能详、司空见惯的秒、分、时、天、周、月、年等等，都是人类经过漫长探索得到的测量时间的单位。从太阳的东升西落，到年轮、潮汐、圭表、日晷、漏刻和漏壶的相继登场亮相，再到机械钟、石英钟、原子钟诞生，反映了人类对测量时间的追求和探索。2018年第26届国际度量衡大会精准确定了时间单位，“1秒”就是“未受干扰的铯-133的原子基态的两个超精细能阶间跃迁对应辐射的9192631771个周期的持续时间”。看不懂没关系。你只需知道，从此以后时间既不需要“看天色”、也不需要看人“脸色”。时间单位确定后，长度单位也随之确定：“1米”就是“光在真空中传播299792458分之一秒所经过的长度”。时间与空间从此牵上手、搭上线了，对爱因斯坦提出的“时间流逝的速度取决于你移动的速度”这个超级高深的理论似乎有些感觉了。

时间都去哪儿了？

每个人的时间都是相同的，但“花”时间的方式是千差万别的。后者更能反映生活的状态和质量、社会的发展程度和水平。“时间都去哪

儿了”也就成为解码生活质量与社会发展的密钥之一。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！
下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

跨“万亿”后 成都消费如何乘势而上？

■文/本刊专栏作者 陈智

2023年，成都晋级“万亿消费”城市，社会消费品零售总额达到10001.6亿元，比2022年增长10%。成为第二个社会消费品零售总额突破1万亿的省会城市，这是成都消费历史上具有里程碑意义的节点。数据显示，当下有北京、上海、重庆、广州、深圳和成都六座城市进入“万亿消费俱乐部”。

“九天开出一成都，万户千门入画图”。有2300年历史的成都，自古就有“天府之国”的美誉，因商而立，因商而兴。汉为全国五大都会之一，唐为最发达工商业城市之一，史称“扬一益二”，北宋诞生了世界上第一种纸币交子。万里山河、千年烟火延续至今，川菜、火锅、变脸、大熊猫、茶馆等元素让成都名声远扬，安逸巴适的生活也彰显成都的无限魅力。

消费是一个城市活力的直接体现，也是观察经济运行状况的重要窗口。2018年成都作出建设世界文化名城决策部署以来，紧紧围绕“三城三都”（世界文创名城、旅游名城、赛事名城和国际美食之都、音乐之都、会展之都）做文章，政府出台了一系列促消费的政策和举措，塑造高品质消费场景，培育新型消费平台，消费领域不断扩大，消费市场活力十足。如此看来，兼容并包、海纳百川

的成都，2023年跻身“万亿消费”城市行列，也不足为奇。但消费市场瞬息万变，旧的需求在分化，新的需求不断涌现，跨过“万亿消费”门槛，成都不能歇息躺平，还必须抓住机遇，继续乘势而上。

把人口基数继续做大。谁来消费、消费哪里来？当然是人口，光靠过去的存量人口显然不够，还得从净增人口或者新增人口中来。去年成都常住人口增加13.5万人，在2000万人口以上的城市中，增量第一，与北京差距缩小，未来有可能成为新的“人口第三城”。同时发展经济稳定就业和居民收入，以更高质量的供给满足消费需求。

再造各类消费新场景。成都的优势就是兼具传统与现代，既有历史文化又有现代时尚。近年有许多消费场景成功案例：300米祠堂老街焕新升级，满载“年轻力”的海浪公园“开箱”，地标性景观公园与高端零售商业的融合体SKP落地，集合了市集零售、青年亚文化、共创展览、艺术快闪等属性的综合型策展商场COSMO开业……这些消费新场景极大促进了城市消费。今后还要进一步使二者有机结合起来，拓展消费渠道，培育消费新业态，激发城市消费动力。

积极吸引境外人士来蓉。成都

是全国为数不多的拥有双机场的城市，国际国内航线众多，交通十分便捷。要立足这一优势，利用大熊猫、三星堆、金沙遗址等品牌，眼睛向外，积极吸引境外人士来中国来成都兴业投资或观光旅游。人来了就是机会，就能消费。必须树立大开放的理念，增加新的消费群体，让消费走得更稳更远。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！
下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

经普人： 平凡力量微炬成光

■文/易雨蕾 曾一 王琴

第五次全国经济普查（以下简称五经普）作为一项关键性的大型国情国力调查，不仅需要政府的精心组织和周密安排，更需要众多执行者的辛勤工作和无私奉献。在这场宏大的普查活动中，有这样一批普查员，用实际行动证明了普查员的责任与担当。

责任



李沙（右二）带着儿子开展普查。

都江堰市聚源镇导江社区的李沙作为一名曾经参加过第四次全国经济普查的普查员，深知经济普查对于经

济发展的重要性。她坚守初心，认真履行自己的职责，投入大量的时间和精力进行培训和学习。

进行模拟入户演练时，她身着“蓝马甲”，积极宣传经济普查的意义，将所学知识灵活运用，对各类情境反应机敏，无论是复杂的状况，或是各种深入浅出的问题，都能娴熟应对。

普查工作除了要细致耐心，还需要极强的责任心。面对普查对象，她总是不厌其烦地尝试各种沟通方式，确保没有一个单位和个体户遗漏。

面对需要核实的数据，她总是认真细致地进行调查和核对，与相关单位和个体户进行沟通，确保在数据收集过程中没有错误的信息。她说：“每一个失误或漏洞都可能会对整个普查结果带来影响。”

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

经济负担重影响生育意愿 绵阳适龄人口生育意愿调查报告

■文/杨川秀 杨文鸿

人口问题始终是影响我国经济社会发展的基础性、全局性和战略性问题。《2023年绵阳统计年鉴》显示，2018年—2022年，绵阳出生人口呈逐年下降趋势，年出生人数由4.98万减少至2.39万人，出生率由9.22‰降至4.90‰，2021年、2022年人口自然增长率分别是-1.84‰、-4.20‰，均为负增长。

出生率的降低、出生人口的减少与适龄人口生育意愿改变有关，当前绵阳适龄人口的生育意愿如何？生育观念有哪些特点？影响适龄人口生育意愿的主要因素有哪些？围绕以上问题，绵阳市统计局于近期组织开展了绵阳适龄人口生育意愿调查，共获取有效样本2016个。调查结果显示：受访者生育一孩、二孩的意愿较低；八成以上受访者认为生育养育成本高经济负担重是影响生育意愿的首要原因；受访者对发放生育津贴育儿补贴有较高期盼。

适龄群体生育意愿较高

受访者的生育意愿中，生育一孩的意愿最高，占46.2%，生育二孩的意愿为40.3%，生育意愿在三个及以上的仅占2.9%，不打算生育的占10.6%。

从性别上看，女性生育一孩的意愿为47.3%，略高于男性，但生育二孩、三孩的意愿低于男性。从居住地看，城镇生育一孩的意愿高于农村，但生育二孩、三孩

的意愿低于农村。从受教育程度上看，受访者受教育程度与生育一孩意愿总体呈正相关，与生育二孩意愿总体呈负相关，即学历越高，生育一孩的意愿越高，生育二孩的意愿越低；需要注意的是受教育程度越高，不打算生育的占比也越高。

八成以上受访者认为生育养育成本影响生育意愿

调查问及影响生育意愿的原因时，表示“生育养育成本高，经济负担重”的比例最为突出，为86.4%；其次是“生育津贴、假期、就业保障落实不到位”，为40.4%；表示“无人帮助带孩子”的排第三位，为37.1%（见图1）。



注：选择“其他”的受访者认为还有“婚姻法对女性的保障不够”“工作压力大”“担心教育不好孩子”等原因。此题为多选题，各项加总不等于100%，下同。

阿坝旅游业： 在可持续发展中找到平衡点

文/克基 耿嘎王姆

旅游业是阿坝州的支柱产业，对地方经济社会发展有着重要意义。但在实际发展过程中，旅游业的快速增长常伴随着对生态、文化资源的过度、不当开发，如何在“守护”和“发展”中找到平衡，走向可持续发展，是未来阿坝州旅游业亟需解答的问题。

支柱产业的能量凸显

丰富的传统文化和壮丽的自然景观让阿坝藏族羌族自治州成为西部著名的旅游胜地。2024 年一季度，全州接待游客 1019.3 万人次，实现旅游收入 81.3 亿元，同比分别增长 26.9% 和 34.0%。

推动居民就业增收

旅游业的不断发展推动了相关领域多元化的职位需求，为州内居民创造提供了不同层次的就业机会，在一定程度上留住了本地人才，减缓了人口外流，提高了劳动力市场的竞争性和灵活性。从阿坝州规模以上（以下简称规上）涉旅企业统计数据看，2024 年一季度，全州 19 户规上涉旅服务业企业提供了 2717 个工作岗位，发放薪酬 6515.5 万元，人均薪酬 2.4 万元，人均月薪酬达到 0.8 万元，超全州平均工资水平。

推动基础设施建设

旅游业的兴旺，也反向刺激了新的基础设施建设。为满足日益增长的游客需求，原有道路、桥梁、机场、公共交通等基础设施的质量和容量需要不断提升，以提高区域的通达性和便利性；同时新的旅游景点、度假村等又创造了新的基础设施需求，为地方政府、企业和投资者提供了新的投资和合作机会，进一步刺激了基础设施建设的发展。一季度，全州基础设施完成投资 213278 万元，占固定资产投资的 36.8%，其中道路运输业完成投资 160933 万元，占固定资产投资的 27.8%，公共设施管理完成投资 28693 万元，占固定资产投资的 5.0%。旅游业的推动作用也延伸到住宿餐饮、文化和教育基础设施等领域，如酒店、美食城、博物馆、艺术中心、历史遗迹等，一季度全州住宿餐饮业完成投资 4658 万元，

占固定资产投资的 0.8%，文化、体育和娱乐业完成投资 1756 万元，占 0.3%，在保护和传承当地文化遗产的同时，提供了文化教育和娱乐场所，丰富了居民生活。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

近五成受访者与其配偶在生育期间遭遇过职场问题

当问到生育孩子时受访者与其配偶遭遇过哪些职场问题，有 28.0% 的受访者表示遇到过“孕产期、哺乳期收入下降”，26.6% 受访者遇到过“生育后再找工作比较难”的困境。另有 11.6% 的受访者认为“用人单位招聘歧视育龄女性”，8.9% 的受访者遇到过“因生育被单位辞退、调岗或劝退”（见图2）。

图2 受访者与其配偶生育期间遭遇的职场问题



受访者对生育政策知晓度较低

针对多孩家庭绵阳出台的相关政策主要体现在购买住房优惠上，调查显示，79% 的受访者不了解此类政策，政策知晓率有待提高。

调查中问及“希望获得哪些生育政策或者福利”时，受访者表示“给予生育津贴育儿补贴”的比例最高，为 67.2%；希望“优化教育资源配置，提供托管服务”的比例也较高，为 56.0%；希望“提高生育保险享受待遇”“购买改善型住房给予优惠”“延长产假、配偶陪产假”的

图3 受访者希望获得哪些生育政策或者福利



注：选择“其他”的受访者希望增加“把产后康复纳入保险”“全职妈妈购买保险有优惠”等政策福利。

县域发展“人才困局”待解

文/杨勇

推动乡村全面振兴，关键靠人。县域是乡村振兴的主战场和新支点，县域人才资源作为乡村发展的重要支撑力量，也是乡村全面振兴的关键所在。四川县域人口众多，但县域人才资源匮乏，已然成为乡村振兴的短板。达州市达州区在这方面表现得尤为明显，迫切需要立足乡村主战场，提升农民素质，加大高层次人才引培育留力度，夯实乡村振兴基础。

人才资源短板明显

人才资源总量不足

据达川区人力资源和社会保障局数据，截至2022年底，全区各类人才总计达51228人（本文将人才资源界定为纳入达川区人才库的人才），如果按户籍人口计算，总人才占比仅为5.7%；其中农村实用人才只有16865人，仅占总数的32.9%。

人才资源结构不优

从人才学历看，全区有51228人，但中专及以下的达24557人，占总数的47.9%，人才学历明显偏低。从人才队伍年龄结构分布看，50岁以上有12561人，占总数的24.5%，老龄化明显。从人才队伍

职称分布看，正高只有70人，而初级专业技术有3554人，初级职称在所有已评职称人才中占39.9%。从所有制结构及行业分布人才看，农业技术人员仅有492人，仅占全区人才总数的0.96%，支撑乡村振兴的农业技术人员极度紧缺。

人才引进通道不够顺畅

近年来，达川区出台实施了一系列人才引进政策，为人才队伍建设奠定了基础。但在具体运行中，时常出现引进的高层次人才人岗不匹配、不适应用人单位工作情况，这些现象又反馈到以后的人才引进中，使得很多高层次人才应聘热情不高。这些引进通道上的障碍，很大程度上影响了人才招引成效。

人才培育机制不够完善

人才招引时承诺的后勤保障政策，各地执行有差异，比如住房安置、生活补贴往往未能及时到位，给初入职人才心里添堵，工作热情也大打折扣。在人才培养上，许多人才在专技岗位上成就感不强，且上升通道狭窄，很多人才多年得不到晋升。在政府层面，存在明显的重引轻育现象，人才入职后完全交由用人单位管理，没有建立完善的

一整套人才成长机制，使得引进人才几年后泯然于众。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

罗江区：建成全国高标准双季制种样板基地

文/罗江区统计局



罗江区长玉村国家级水稻油菜双季制种基地。

多年来，罗江区坚决扛起粮食安全责任，大力发展制种产业。于2005年前后探索尝试水稻油菜双季轮作制种，形成了全国领先、罗江区独有的双季制种技术经验，2013年被认定为国家级杂交水稻种子生产基地，2016年被认定为国家级杂交水稻制种大县，2022年被认定为国家级杂交油菜制种大县，为创建国家乡村振兴示范县奠定了坚实基础。这个耕地面积仅有28.44万亩的“农业小县”，却强韧地成长为全省最大的油菜制种基地和全省前五的水稻制种基地，摘得了“全国高标准双季制种样板基地”的桂冠。农业小县的“大能量”究竟源自哪里？

“三要”驱动

罗江区委、区政府高度重视制种产业发展，成立了种业振兴推进工作领导小组，由区委书记、区长任双组长，高站位谋划部署、高标

准策划推进“种子芯谷”，推动制种产业发展基础更实、势头更劲、前景更好。经统计，2021—2023年累计争取农业政策性资金7.1亿元，带动企业和社会资金投入11亿元，其中种业发展资金占比超40%。

罗江区推动制种产业做大做优的举措中，合理布局建设是核心，科技创新支撑是关键，培育经营主体是动能。

科学布局基地，向耕地利用要质效

罗江区聘请专业规划团队，按照“一园两团、多点连片”架构，规划制种核心区域12.89平方公里，因地制宜布局生产及配套功能，形成优势制种集中发展区。建立完善区本级制种数据库，形成区级“一张图”，率先在全省完成制种图斑和后备制种潜力地块“上图入库”，上图水稻和油菜制种面积4.48万亩，储备面积2.8万亩。在制种核心区域全域实施田块整治、灌排沟渠、路

网电网等基础设施建设，实现高标准农田100%覆盖。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

思想政治工作 如何与国企人力资源管理有效融合？

文/许艺

随着知识经济飞速发展，国有企业人力资源管理在优化过程中逐渐显露一些新的问题。传承弘扬企业文化，增强职工思想意识，提高国企人力资源管理能力和水平，促进人力资源管理与思想政治工作的有效融合、协调发展，对企业发展行稳致远具有重要意义。

企业思想政治工作对人力资源管理的重要性

有助于确立正确的工作导向

首先，政治导向是关键。企业通过思想政治工作，能够培养员工的国家意识、社会责任和职业道德，为企业的长期发展提供坚实的政治保障。其次，舆论导向至关重要。思想政治工作有助于引导员工树立正确的价值观和世界观，同时，帮助企业有效应对各类舆论挑战，为企业发展营造有利的外部环境。最后，问题导向亦不容忽视。思想政治工作关注员工的思想动态和实际问题，通过问题导向，企业能更精准地了解员工需求和期望，进而制

定更人性化的管理措施和激励机制，提升员工工作满意度和忠诚度。

有助于提高人力资源管理效能

思想政治工作确保企业人力资源管理活动符合国家法律法规和政策要求。通过思想政治工作，企业能更精准地了解员工需求和期望，从而制定更符合员工实际的管理措施和激励机制，提高员工工作效率和满意度。此外，思想政治工作还有助于培养员工的团队协作精神和创新意识，增强企业凝聚力和竞争力，全面提升人力资源管理效能。

有助于推进企业文化建设

思想政治工作通过引导员工树立正确的价值观和世界观，营造积极向上的企业文化氛围，从而增强员工的归属感和忠诚度。同时，良好的企业文化建设有助于提炼企业文化理念，传承弘扬企业精神，塑造企业品牌形象，提高企业在市场上的认知度和竞争力。

有助于加强内部沟通协作

思想政治工作关注员工的思想动态和需求，通过有效沟通机制，

促进员工间的理解和信任，加强团队间的合作与协作。高效的内部沟通协作，有利于提升企业整体运营效率，内部协同执行力，促进企业战略目标的全面实现。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

武侯区：“廉”从“青”起

文/张春和 张猷 王佳

武侯区纪委监委、区委组织部和宣传部等部门，十分重视年轻干部廉洁教育工作，坚持严管和厚爱结合、激励和约束并重的工作原则，对年轻干部实施“全周期”的廉洁教育、“全方位”的廉政风险管理、“全链条”的用权监督，在推动年轻干部廉洁教育走实走心上取得显著成效。2023年10月至12月，武侯区纪委监委与成都市清廉文化研究院就“年轻干部廉洁教育”展开了问卷调查和相关访谈。问卷调查对象涵盖了武侯区委、区人大、区政府等60个单位和11个街道，调查干部1226人、社区群众8785人。同时，对武侯区纪委、组织部干监科、区委党校、卫健局等多部门的部分干部和楠欣社区群众进行了访谈。

八成受访者感到廉洁氛围显著提升

积极为年轻干部营造廉洁从政的文化环境

调查显示，武侯区廉洁教育在营造单位廉洁氛围方面的积极影响得到广泛认同，高达80.26%的受访者感受到廉洁氛围显著提升；96.08%的受访者认为区纪委监委、区委组织部等部门不仅深入学习贯彻习近平总书记关于党风廉政建设的最新精神和指示，还结合区内资源优势展开廉洁教育，例如依托武侯祠爱国主义教育基地，将中共党史中的廉洁榜样及身边的廉洁干部事迹等都纳入了廉洁文化体系。

积极为年轻干部开展“遵纪守法”警示教育

调查显示，反面警示教育方式在武侯区廉洁教育中具有显著效用，44.94%的年轻干部表示警示教育对自己影响深刻，使已常怀律己之心，常思贪欲之害；63.62%的年轻干部认为案例教育有助于养成在受监督和约束的环境中工作和生活的习惯。

积极为年轻干部开展“初心如磐”的廉洁教育

调查显示，武侯区86.38%的党组织已出台确保贯彻落实党风廉政教育精神的专项文件，81.48%的党组织已建立用于廉政教育宣传推送的多媒体平台，49.35%的党组织经常与其他地区或单位交流学习廉政教育的经验和心得。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

百年鹃城正青春

■文/罗倩

一直以来，鹃城牌郫县豆瓣坚守“酱香风味引领者”地位，坚持“匠心做好酱”，打造透明工厂，以“零异物”的产品质量管控标准，力塑郫县豆瓣行业的领军品牌和品质标杆。

今年，鹃城牌郫县豆瓣发布了全新宣传片《川菜之魂 酱香奥秘》，这部由中国烹饪大师张中尤和国家级非遗传承人张安秋两位大师共同演绎，成都大运会拍摄团队历时一年倾力打造的宣传片，是郫县豆瓣行业首部从科学的角度解读郫县豆瓣的科普类宣传片，从地理环境、人文底蕴、工匠技艺和发酵原理等全方位解码郫县豆瓣的酱香奥秘，向世界展示中华老字号的人文魅力和品牌底蕴。

一罐小小的郫县豆瓣，装的不仅是蚕豆辣椒等优质原材料，更是300多年的历史底蕴。它是川味饮食文化的核心和发酵文化的载体，更是一丝不苟的匠心和非遗技艺的传承。

创新发展 百年鹃城正青春

为适应市场变化，鹃城牌郫县豆瓣创新脚步从未停歇。发展思路和产品布局不断拓展，既有厂区技改、信息化建设等生产方式的创新，也有



豆瓣牛肉酱、火锅底料、复合调味品、豆瓣蘸料等产品结构的创新。

2023年，鹃城牌郫县豆瓣被列入商务部发布的中华老字号守正创新提名案例，“红油郫县豆瓣全自动生产车间”被认定为成都市数字化车间，成为郫县豆瓣行业首个数字化车间，为行业的升级发展提供了一条新的赛道参照。

文化赋能 品牌营销

近年来，鹃城牌郫县豆瓣深度挖掘产业文化资源，充分发挥龙头企业带动作用 and 品牌效应，发展“郫县豆瓣+旅游”“郫县豆瓣+赛

事”“郫县豆瓣+文创”等新业态新模式，推动郫县豆瓣与川酒、川菜等跨界融合，搭建线上线下综合消费场景，效果良好。

（全文见《四川省情》2024年第07期）

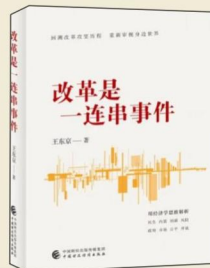
获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

经典导读 CLASSIC NAVIGATION

读书时间

■文/蓝 莓



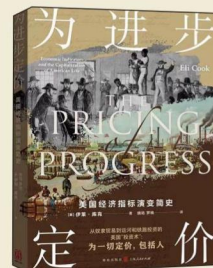
《改革是一连串事件》

作 者：王东京

出版社：中国财政经济出版社

近日，经济学家、中央党校（国家行政学院）原副校（院）长王东京的新作《改革是一连串事件》问世。全书共八章，分别是“民生大于天”“畅通国内循环”“转换发展动力”“防风险于未然”“政府改革逻辑”“让市场作主”“公平自在民心”“推进开放共赢”。

本书通过回溯新世纪中国改革攻坚历程，用经济学思维对一连串重大改革事件抽丝剥茧、条分缕析，揭示市场经济运行逻辑。书中立足中国国情，以问题为导向，将案例讨论与学理分析融为一炉，娓娓道来，所提出的改革建议审时度势、发人深省，作者甚至用自己的故事来解读相关问题，读起来饶有趣味，也让艰深的经济学道理浅白地呈现出来。



《为进步定价》

作 者：[美] 伊莱·库克

出版社：格致出版社

是谁制造了经济指标？人们为何开始使用各种经济指标？货币又何以成为度量社会进步的通用标准？

在当今 GDP 主导的世界中，价格不仅是度量货物和商品的标尺，也是度量环境、社区、国家甚至我们自己的标尺。本书回溯了美国现代社会如何和为何采用货币化的价值，以及资本主义价值观作为度量人类财富指标的漫长历史，同时生动地揭示了土地和劳动力、殖民地和城市、农场和工厂是如何被转化为金融资产，又是如何被估值的。就其现实意义和与当前金融化时代的相关性而言，本书是一部极具启发性的作品。5



本 / 期 / 看 / 点

- 2024年1-5月全国主要经济数据
- 2024年1-5月四川主要经济数据
- 2023年四川体育场地情况



安卓系统



IOS系统



下载APP获取更多数据分析

No. 161 汇聚权威数据
透视全球经济
July

07
2024

《四川省情》随刊赠送

CONTENTS

目录

主管 四川省统计局
主办 四川省统计科学研究所
出版 四川省情杂志社有限责任公司

02 中国篇

工业

全国规模以上工业生产主要数据 ----- 3

投资

全国固定资产投资（不含农户）主要数据 ----- 4

贸经

全国社会消费品零售主要数据 ----- 5

价格指数

全国居民消费价格涨跌幅 ----- 6

全国工业生产者价格涨跌幅 ----- 7

房地产

全国70个大中城市新建商品住宅价格指数 ----- 8

全国70个大中城市二手住宅价格指数 ----- 9

04 专题篇

2023年四川体育场地情况 ----- 17

01 世界篇

世界经济增长率及预测 ----- 1

主要国家和地区失业率 ----- 2

03 四川篇

工业

四川规模以上工业增加值 ----- 10

四川规模以上工业企业经济效益 ----- 10

四川全省及各市（州）规模以上工业主要数据 ----- 11

投资

四川固定资产投资（不含农户）主要数据 ----- 12

四川全省及各市（州）固定资产投资（不含农户）主要数据 ----- 13

贸经

四川社会消费品零售主要数据 ----- 14

四川全省及各市（州）社会消费品零售主要数据 ----- 15

价格指数

四川居民消费和工业生产者价格指数 ----- 16